

Erfolgreiche Landingpages erstellen

So überzeugen Sie ihre Besucher Kunden zu werden



10 Punkte die eine Landingpages benötigt!

Dieses PDF zeigt dir, wie du eine gute Landingpage / LP baust und so viele Leads wie möglich einsammelst..., also eine perfekte Landung hinlegst.

Erst mal ist sie genau auf das zugeschnitten, was den Nutzer

bewogen hat auf diese zuzugreifen. Der Inhalt der LP muss also mit dem was die Anzeige bei Google oder Facebook gesehen hat übereinstimmen.

Zudem kann damit schon der Inhalt der LP genauer auf den Besucher zugeschnitten werden. Beispiel: Wie Handynutzer Geld sparen oder Wie Android User Geld sparen oder Wie iPhone Nutzer Geld sparen.. usw



Hier halten wir mal kurz inne und stellen uns vor, wieviele Nutzer auf die LP kommen. Diese benötigen wir dann später.

Eigentlich ist jeder von denen schon ein **Interessent**. Wir kennen ihn aber noch nicht. Deshalb gilt nun als oberstes Ziel seine Emailadresse oder Handynummer einzusammeln. Wenn wir das nicht schaffen, können wir den Nutzer (ausser über Retargeting) nicht mehr erreichen. Er ist verloren.

Es gilt also, den Besucher nicht abzulenken, ihn mit dem Text und Bild auf der LP einzufangen und ihn dazu bringen, seine Email zu hinterlassen.

Nummer 1 ist also:

Schalte alles aus, was den Nutzer ablenkt und was du nicht benötigst. Die Links auf Impressum, Datenschutz usw bleiben, der Rest ist aus. Besonders die Navigation usw.

Nummer 2 : Eine spannende Überschrift

Das sind Überschriften wie:

- "Wie man mit"... nur 10 Minuten Zeit etwas tolles aus xy machen kann.
- 2 Argumenten in einer Überschrift: "*Geld sparen und Reich werden*", so gehts.
- Listen wie: "*10 Wege um*" sein Ziel zu erreichen
- "*Warum manche Menschen sich von*" diesen Überschriften beeindruckten lassen.
- "*Das Geheimnis eines*" perfekten Fotos.
- "*Diese Methode hilft*" dir, perfekte Fotos zu erstellen.
- "*Wenig bekannte Wege*", um perfekte Fotos zu erstellen.
- "*Hier ist ein einfacher Weg, um*" perfekte Fotos zu erstellen.
- "*Jetzt können Sie von zuhause*" perfekte Fotos zu erstellen.
- "*Perfekte Bilder erstellen als*" hätte Leonardo da Vinci sie gezeichnet.
(Vergleich mit Superstars)

Nummer 3 : Nutze einfach Listen statt Text

Sie sind übersichtlich und einprägsam und sollen dem Besucher verdeutlichen, wieso er sich *unbedingt* registrieren sollte oder das Ebook per Email bestellen usw...

- Sage was du anbietest: Im Ebook erfährst du, wie du....
- Zeige, wieso die Besucher das Ebook haben müssen, und es dumm wäre, es nicht zu nutzen: Das Ebook hilft dir, mehr Kunden aus denen Besuchern zu generieren.
- Sage, was sie dafür tun müssen: Fülle das Formular aus und los gehts.

Nummer 4 : Ruhe

Kein Geschrei, kein Fett, keine Buzzwörter, viel Weissraum.

Die LP soll freundlich und nicht abstoßend sein.

Nummer 5

: Verwende passende Fotos

Das Foto kann entweder zeigen was der Kunde bekommt wenn er sich registriert oder positive Emotionen auslösen.

Nummer 6

: Above the Fold.

Der Fold / Falz meint, dass der CTA = Call to Action (gleich mehr) und Inhalt so auf der Seite zu sehen sein sollte, dass man nicht scrollen muss. Je nach Art mit welchem Gerät man aber heute auf eine LP zugreift ist das aber nicht mehr so relevant. Es gilt aber das CTA Element zumindest schon mal über dem "Fold" zu zeigen.

Nummer 7 : CTA / Call to Action + Don't make me think.

Der Kunde sollte deutlich auf den ersten Blick erkennen, **was** er machen muss = Call to Action. Am Besten wäre es also, das Formular über dem Fold und zum Beispiel später weiter unten erneut zu zeigen so dass der Kunde nicht scrollen muss. Der Kunde soll nicht anfangen, nachdenken zu müssen was er nun tun soll. Der CTA sollte eine klare Handlungsaufforderung ausdrücken und deutlich sichtbar sein.

Nummer 8 : Halte das Formular kurz.

Wie schon in der Einleitung erwähnt reicht uns die Email Adresse und ggf Vor/Nachname. Den Rest kann man später erfragen oder über die richtige Kampagne / Werbewörter schon vor betreten der LP erfahren.

Achtung DSGVO: Zu einem Formular gehören nun auch:

Die Zustimmung:

- dass Sie personenbezogenen Daten speichern dürfen
- dass Sie die Person auch kontaktieren dürfen.
- der Link zu den Datenschutzbestimmungen.
- (und was gerade rechtlich noch relevant ist)

Nummer 9 : Testen testen testen

Erstelle mehrere Versionen einer LP und teste immer wieder was gut läuft und was nicht.

Nummer 10 : Conversion Rate

Von der Anzahl der Personen, die unsere Seite nun zu Beginn aufgerufen haben fragen wir uns nun, wie viele davon ihre Email hinterlassen haben. 25% wäre nett. So oder so ist die Conversionrate zu verbessern und so die Conversion zu erhöhen. Relevant ist auch die Zeit, die die Besucher auf unserer LP verbracht haben. Denn wer länger als 2-3 Sekunden da war, der hat sich zumindest Gedanken gemacht. Wer zu lange drauf ist, hat die Seite wohl nicht verstanden. Gleiches gilt für die, die sofort wieder weg klicken.

Beispiel

LOGO

Landingpage Ebook
Wie du aus einer Landingpage das Beste raus holst
bla bla bla bla bla bla bla bla bla bla bla bla

FOTO

- 1) bla
- 2) blubb
- 3) hole dir das Ebook

Impressum, Datenschutz, wichtige Links

Deine Emailadresse:

ich@ich.de

Zustimmung zu Datenschutz usw

Her damit!

Mehr Informationen

Findest du auf meiner Webseite [HIER KLICKEN](#)

Herausgeber / © Günther Haslbeck 2019

Bildnachweis: Alle Fotos von Shutterstock

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Herausgebers unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung